

BAB II

Tinjauan Pustaka

2.1.Landasan Teori

2.1.1. *Technology Acceptance Model*

Konsep dari *Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali ditemukan oleh Davis (1989) yang mengatakan bahwa dalam menganalisa bagaimana seseorang menerima dalam penggunaan sebuah sistem yang terpengaruhi oleh dua variabel yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*. Konsep TAM sendiri mengalami perluasan (*Extended TAM*) pada Davis *et al.*, (1992) yang mengatakan bahwa *Perceived Enjoyment* memiliki peranan penting dalam keinginan untuk menggunakan teknologi, oleh karena itu dalam penelitian tersebut diketahui bahwa *Perceived Usefulness* dan juga *Perceived Enjoyment* menjadi mediasi dari *Perceived Ease of Use* dan *Intention to Use*.

2.1.1.1. *Perceived Usefulness*

Perceived usefulness merupakan sejauh mana seorang individu merasakan jika menggunakan sebuah sistem dapat meningkatkan kinerja atau aktivitas dari seseorang (Ismail, 2016). *Usefulness* merupakan suatu kondisi yang dirasakan seorang individu, ketika menggunakan sebuah teknologi akan membantu seseorang dalam menyelesaikan suatu pekerjaan yang ada (Jahangir & Begum, 2008). Menurut Suki & Suki (2011) *Perceived Usefulness* dapat ditentukan dengan persepsi seorang terhadap

kegunaan serta kemudahan dalam menggunakan sebuah layanan berbasis sistem. Ketika seorang merasakan manfaat dari penggunaan sebuah teknologi, maka dapat meningkatkan penggunaan sebuah teknologi tersebut (Purnamaningsih *et al.*, 2019)

Perceived Usefulness juga dapat didefinisikan dengan sejauh mana penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja dari sebuah aktivitas serta meningkatkan efektifitas dari aktivitas yang dilakukan oleh individu tersebut (Alrushiedat *et al.*, 2010). Ketika seseorang merasakan mendapatkan sebuah manfaat dari penggunaan sebuah sistem seperti dapat memenuhi kebutuhan dengan penggunaan tidak terlalu sulit, maka nilai dari *perceived usefulness* terhadap sebuah suatu sistem akan meningkat (Liu *et al.*, 2010).

Berdasarkan sudut pandang peneliti sebelumnya, maka penulis menggunakan definisi yang dikatakan oleh Ismail (2016) yang mengatakan bahwa *Perceived Usefulness* merupakan persepsi seseorang terhadap kegunaan serta kemudahan dalam menggunakan sebuah layanan berbasis sistem.

2.1.1.2. *Perceived Ease of use*

Perceived Ease of use dikatakan sebagai sejauh mana seseorang saat menggunakan suatu sistem akan memiliki kepercayaan bahwa akan menghilangkan kesusahan baik dari sisi fisik maupun mental (Cheng, 2014). Menurut Ismail (2016) Ketika seseorang menggunakan sebuah sistem dan terbebas dari usaha-usaha, maka orang tersebut sudah

merasakan adanya *perceived ease of use*. *Perceived ease of use* juga dapat dikatakan sebagai sejauh mana sebuah inovasi dirasa oleh seseorang sebagai inovasi yang mudah digunakan dan juga mudah dipahami.

Menurut Suki & Suki (2011) *Perceived ease of use* merupakan sejauh mana seorang ketika menggunakan sebuah teknologi atau sistem akan menganggap mudah dan juga tidak mengeluarkan usaha berlebih. Ketika seseorang merasakan saat menggunakan sebuah teknologi mempermudah pengerjaan suatu aktivitas, maka dapat meningkatkan kepercayaan untuk menggunakan teknologi tersebut (Al-Sharafi ., 2016).

Berdasarkan teori definisi terkait dengan *Perceived Ease of Use*, maka penulis menggunakan definisi dari (Cheng, 2014) yang mengatakan *Perceived Ease of Use* merupakan sejauh mana seorang saat menggunakan sistem akan memiliki kepercayaan bahwa akan menghilangkan kesusahan baik dari sisi fisik maupun mental.

2.1.1.3. *Perceived Enjoyment*

Perceived Enjoyment merupakan sejauh mana tanggapan seseorang terhadap teknologi akan menjadi kesenangan dan membahagiakan (Alrushiedat ., 2010). Menurut Wu & Gao (2011) bahwa *perceived enjoyment* adalah bagaimana sebuah aktivitas dilihat menyenangkan secara sendirinya diluar dari persepsi dari seorang individu terkait pengetahuan tentang kegunaan dari aktivitas tersebut, sehingga ketika sebuah aktivitas dapat menyenangkan maka dapat menimbulkan nilai serta manfaat yang dirasakan menjadi lebih tinggi dari aktivitas tersebut.

Perceived enjoyment juga dapat dikatakan sebagai sejauh mana seorang ketika menggunakan sebuah teknologi ia dapat menikmati penggunaan teknologi tersebut dengan sendirinya, diluar dari apa yang diharapkan olehnya (Chatzoglou *et al.*, 2009). Menurut Cheng (2014) mengatakan bahwa *Perceived Enjoyment* dapat didefinisikan sebagai sejauh mana sebuah kegiatan yang menggunakan sebuah sistem dikatakan menyenangkan secara pribadi seorang individu diluar dari hal-hal yang disukai dari sistem tersebut. Seorang individu akan termotivasi dalam melakukan sesuatu atau mengulang apa yang sudah dilakukan ketika merasa hal tersebut menyenangkan dibandingkan kegiatan yang sama namun tidak memiliki nilai kesenangan (Suki & Suki, 2011).

Berdasarkan beberapa definisi yang sudah diberikan, maka penulis menggunakan definisi yang disebutkan oleh Alrushiedat *et al.*, (2010) yang mengatakan bahwa *Perceived Enjoyment* merupakan sejauh mana tanggapan seseorang terhadap teknologi akan menjadi kesenangan dan membahagiakan.

2.1.1.4. *Intention to Use*

Intention to use menurut Ismail (2016) adalah ketika seseorang membuat ataupun mendukung suatu keputusan berdasarkan keinginan orang tersebut. *Intention to use* juga dikatakan sebagai kondisi saat seorang individu memungkinkan untuk melakukan suatu tindakan yang didasari pada dirinya sendiri baik berupa pikiran ataupun perasaan (Chatzoglou *et al.*, 2009).

Intention to use juga dapat dikatakan sebagai sejauh mana seorang pengguna berniat untuk menggunakan sebuah sistem atau teknologi untuk mencapai tujuan yang diharapkannya (Joo & Choi, 2015). Menurut Almahamid *et al.*, (2010) *Intention to use* dapat digambarkan ketika seorang individu memiliki keinginan untuk menggunakan layanan dari suatu sistem sekarang atau dimasa yang akan datang. Menurut Teo (2011) *Intention to use* merupakan tingkat keinginan seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan definisi terkait dengan *intention to use* yang disebutkan oleh Teo (2011) yang mengatakan bahwa tingkat keinginan seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi.

2.1.2. *Innovation Adoption*

2.1.2.1. *Compatibility*

Compatibility merupakan bagaimana sebuah inovasi dapat dianggap sudah sesuai atau tidaknya dengan nilai, keyakinan, pengalaman, serta kebutuhan dari penggunanya (Liao & Lu, 2007). Menurut Wang *et al.*, (2017) *Compatibility* adalah bagaimana sebuah teknologi yang baru dapat cocok dengan keahlian yang dimiliki dari teknologi sebelumnya yang sudah ada dan berhubungan dengan teknologi tersebut. *Compatibility* juga dapat dikatakan sebagai sejauh apa sebuah inovasi dilihat selaras dengan kebutuhan dari nilai yang ada serta berdasarkan pengalaman yang sudah ada dari calon pengguna (Moore & Benbasat, 1991).

Menurut pandangan dari Duan *et al.*, (2010) *Compatibility* merupakan sejauh mana orang yakin bahwa suatu inovasi dapat sesuai dengan pemikiran tradisional dalam hal nilai yang sudah ada, pengalaman dari masa lalu, serta kebutuhan dari orang yang akan menggunakan, sehingga sebuah gagasan yang tidak sesuai dengan nilai dan kebiasaan maka tidak akan diadopsi dengan cepat seperti halnya dengan inovasi yang sesuai. Apabila sebuah teknologi baru tidak memiliki kesesuaian terhadap pengalaman dan juga gaya hidup, maka akan berdampak pada orang tersebut harus mengeluarkan waktu untuk memahami bagaimana cara menggunakan teknologi tersebut yang akan mengakibatkan pada waktu yang terbuang dan juga berkurangnya pandangan terhadap kegunaan dari teknologi tersebut (Gumussoy *et al.*, 2017).

Berdasarkan penjelasan dari beberapa pengertian yang sudah dijabarkan, maka penulis menggunakan definisi *Compatibility* dari Moore & Benbasat, (1991) yang mengatakan bahwa *Compatibility* adalah sejauh mana sebuah inovasi dilihat selaras dengan kebutuhan dan juga nilai yang ada serta juga berdasarkan pada pengalaman yang ada dari calon pengguna.

2.2. Pengembangan Hipotesis

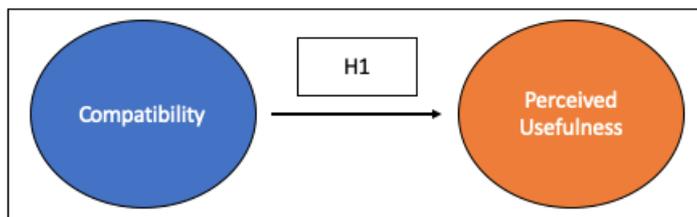
Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya dengan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dibentuk sebelumnya, maka penulis dapat membentuk hipotesis penelitian berdasarkan rumusan masalah yang sudah penulis buat, terdapat 9 (sembilan) hipotesis yaitu sebagai berikut :

2.2.1. *Compatibility berpengaruh positif terhadap perceived usefulness dalam bimbingan belajar tutee.id.*

Compatibility dapat meningkatkan minat beli konsumen secara tidak langsung dengan adanya perantara *Perceived Usefulness* (Cheng, 2014). Dalam penelitian yang dilakukan berikutnya oleh Cheng, (2015) mendapatkan hasil bahwa *Compatibility* memiliki dampak positif terhadap *Perceived Usefulness*. Penelitian terkait dengan mobile banking yang ditemukan oleh Mutahar *et al.*, (2017) mengatakan dalam memperkuat minat konsumen menggunakan *mobile banking*, *Compatibility* menjadi faktor yang mempengaruhi *Perceived Usefulness* sehingga berdampak pada memperkuat minat konsumen untuk menggunakan *mobile banking*.

Dalam penelitian yang dilakukan terkait persepsi wanita berumur dalam mengakses informasi terkait kesehatan melalui intervensi ponsel oleh Xue, *et al.*, (2012) menemukan bahwa *Compatibility* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Usefulness*.

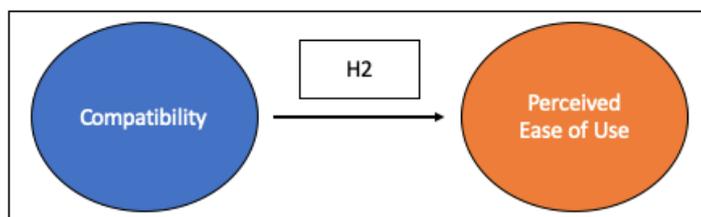
Sebuah penelitian dari Ismail (2016) terkait dengan minat dalam penggunaan *smartphone* mendapatkan hasil bahwa *Perceived Compatibility* dapat mempengaruhi *perceived usefulness* karena sebuah dari sebuah inovasi akan bermanfaat dalam meningkatkan pekerjaan.



Gambar 2 1 Pengaruh Variabel *Compatibility* dengan *Perceived Usefulness*

2.2.2. *Compatibility berpengaruh positif terhadap perceived ease of use dalam bimbingan belajar tutee.id.*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mutahar *et al.*, (2017) menemukan hasil bahwa *Compatibility* memiliki pengaruh pada *Perceived Ease of Use* dalam konteks penggunaan mobile banking. *Compatibility* juga memiliki pengaruh pada *Perceived Ease of Use* sebagai mediasi untuk *Intention to use M-learning* (Cheng, 2015).

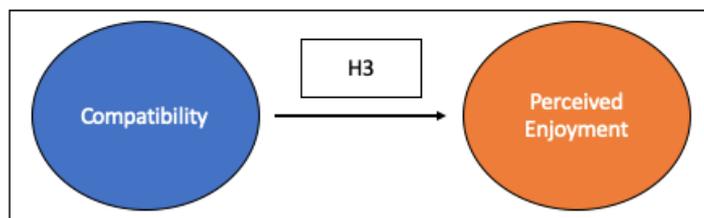


Gambar 2 2 Pengaruh Variabel *Compatibility* dengan *Perceived Ease of Use*

2.2.3. *Compatibility berpengaruh positif terhadap perceived enjoyment dalam bimbingan belajar tutee.id.*

Menurut hasil penelitian dari Cheng (2014) menemukan bahwa *perceived enjoyment* berperan sebagai unsur dari diri sendiri atau sebagai unsur intrinsik dimana berperan sebagai mediasi antara *Compatibility* dengan *Intention to Use*, sehingga nilai *Compatibility* yang kuat akan meningkatkan juga sudut pandang terhadap inovasi atau teknologi dikatakan menyenangkan dan berujung pada meningkatkan nilai minat konsumen untuk menggunakan suatu teknologi atau inovasi.

Berdasarkan penelitian dari Ifinedo (2017) terkait dengan pandangan pelajar terkait dengan dampak dan juga kepuasan mereka dalam menggunakan blog dalam pembelajaran, menemukan bahwa pelajar yang memiliki keyakinan yang disenangi dalam menggunakan sebuah blog akan berdampak pada menikmati dalam menggunakan blog tersebut untuk proses belajar.

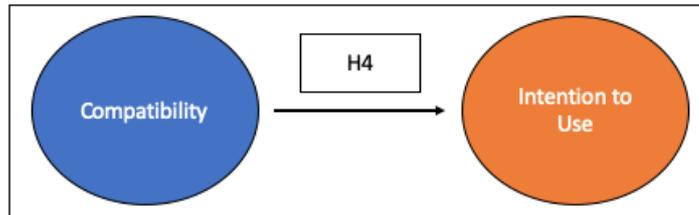


Gambar 2 3 Pengaruh Variabel *Compatibility* dengan *Perceived Enjoyment*

2.2.4. *Compatibility berpengaruh positif terhadap intention to use dalam bimbingan belajar tutee.id.*

Compatibility dapat mempengaruhi Intention to use dalam online learning dengan dua cara, salah satunya adalah dengan faktor secara langsung yang dimana seorang pelajar akan menggunakan m-learning dikarenakan sesuai dengan aspek pembelajarannya (Cheng, 2014). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Cheng (2015) mendapatkan hasil berupa pelajar memiliki keinginan untuk menggunakan m-learning karena dipengaruhi oleh faktor Compatibility, hal tersebut dapat terjadi jika pelajar merasa m-learning sesuai dengan nilai yang didapatkan, kebutuhan yang diharapkan, serta kesesuaian gaya belajar antara pelajar dengan yang disediakan m-learning.

Perceived Compatibility dinilai memiliki peran penting terhadap penggunaan e-learning oleh pelajar, hal ini terbukti dalam penelitian yang memiliki hasil bahwa Perceived Compatibility memiliki pengaruh positif signifikan dibandingkan faktor lainnya yang memiliki hasil tidak signifikan seperti faktor keuntungan yang dirasakan serta kompleksitas (Duan *et al.*, 2010). Pada penelitian yang dilakukan oleh Xue, *et al.*, (2012) menemukan bahwa *Compatibility* memiliki pengaruh secara langsung dengan intention to use pada wanita berumur dalam mengakses informasi kesehatan melalui ponsel genggam.



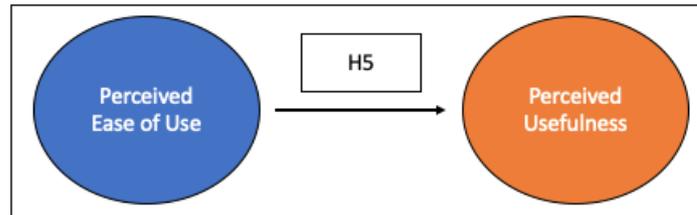
Gambar 2 4 Pengaruh Variabel Compatibility dengan Intention to Use

2.2.5. *perceived ease of use berpengaruh positif terhadap perceived usefulness dalam bimbingan belajar tutee.id.*

Perceive Ease of Use memiliki pengaruh yang signifikan dengan Perceived Usefulness berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Al-Sharafi *et al.*, (2016) yang membahas efek dari persepsi keamanan dan juga kerahasiaan pada kepercayaan konsumen dalam menerima layanan bank dengan menggunakan internet.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Chatzoglou *et al.*, (2009) terkait dengan minat untuk mengikuti program training secara online bagi pekerja, mendapatkan hasil berupa ketika seseorang merasakan kemudahan saat mengikuti sebuah program pelatihan tersebut, maka akan berdampak pada bermanfaatnya pada pekerjaan yang dilakukan.

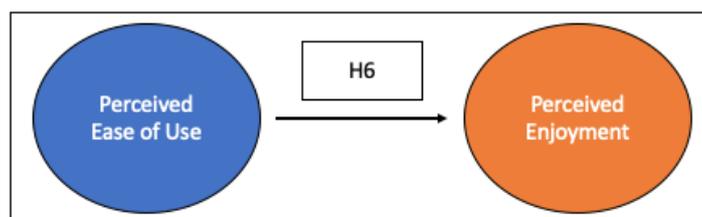
Penelitian yang dilakukan oleh Joo & Choi (2015) juga mendapatkan hasil serupa yaitu terdapat hubungan signifikan antara variabel ease of use dan juga usefulness berdasarkan model penelitian *Technology Acceptance Model* pada penelitian faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih sumber terkait perpustakaan online dalam memenuhi tugas akademik.



Gambar 2 5 Pengaruh Variabel *Perceived Ease of Use* dengan *Perceived Usefulness*

2.2.6. *Perceived ease of use berpengaruh positif terhadap perceived enjoyment dalam bimbingan belajar tutee.id.*

Perceived ease of use memiliki kemampuan untuk mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi secara tidak langsung dengan menggunakan unsur intrinsik seperti *Perceived Enjoyment* yang teruji memiliki hubungan signifikan dalam penelitian (Cheng, 2014). Penelitian lain yang dilakukan oleh Wu & Gao (2011) juga menemukan bahwa *Ease of Use* memiliki pengaruh dengan *Perceived Enjoyment* pada penelitian terkait dengan penerimaan penggunaan sebuah sistem akademik pada pelajar. Penelitian yang dilakukan oleh Chatzoglou *et al.*, (2009) menemukan bahwa ketika sebuah teknologi dirasa dapat menimbulkan rasa kesenangan, maka orang-orang akan memiliki keniatan untuk menggunakan program tersebut.

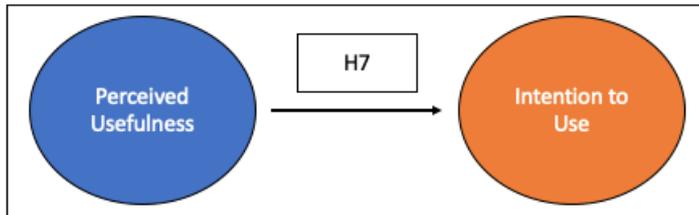


Gambar 2 6 Pengaruh *Perceived Ease of Use* dengan *Perceived Enjoyment*

2.2.7. *Perceived Usefulness berpengaruh positif terhadap intention to use dalam bimbingan belajar tutee.id.*

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Xue, et al., (2012) dengan topik persepsi wanita yang sudah berumur terhadap informasi kesehatan yang didapatkan dari ponsel genggam mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Perceived Usefulness* terhadap *intention to Use*. Selain penelitian tersebut, Mutahar et al., (2017) melakukan sebuah penelitian terkait dengan penerimaan konsumen terhadap fitur *mobile banking* yang juga mendapatkan hasil terdapat hubungan antara *Perceived Usefulness* terhadap *Inetntion to Use*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mallat *et al.*, (2009) terkait dengan penggunaan sistem *mobile ticketing* ditemukan bahwa ketika seseorang dalam keadaan membutuhkan dan juga mempermudah dalam mendapatkan tiket, maka akan meningkatkan minat untuk menggunakan sistem *mobile ticketing* dengan tujuan untuk mempermudah memenuhi kebutuhan ticketing. *Intention to Use* juga dipengaruhi secara langsung dan kuat oleh variabel *Perceived Usefulness* berdasarkan penelitian oleh Liu et al., (2010) dengan topik faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *online learning community*.

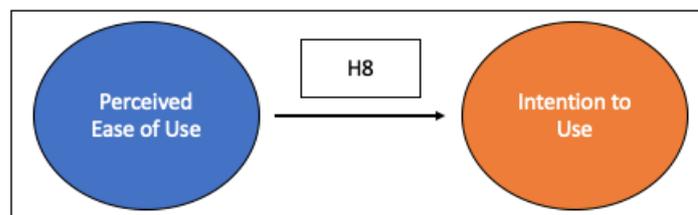


Gambar 2 7 Pengaruh *Perceived Usefulness* dengan *Intention to Use*

2.2.8. *Perceived enjoyment berpengaruh positif terhadap intention to use dalam bimbingan belajar tutee.id.*

Perceived Enjoyment berperan sebagai unsur intrinsik dapat mempengaruhi *Intention to use* dalam penelitian yang dilakukan oleh Cheng (2014) dengan topik minat untuk menggunakan *mobile learning*.

Penelitian yang dilakukan oleh Lai & Zainal (2015) mendapatkan hasil bahwa *perceived enjoyment* dapat mempengaruhi secara langsung terkait dengan *intention to use* dalam minat menggunakan *e-money* bagi konsumen. Selain itu ditemukan juga bahwa ketika seorang merasakan bahwa menggunakan *e-money* itu menyenangkan, maka akan meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan *e-money*.

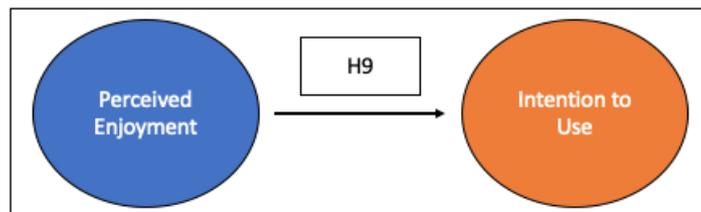


Gambar 2 8 Pengaruh *Perceived Ease of Use* dengan *Intention to Use*

2.2.9. *Perceived ease of use berpengaruh positif terhadap intention to use dalam bimbingan belajar tutee.id.*

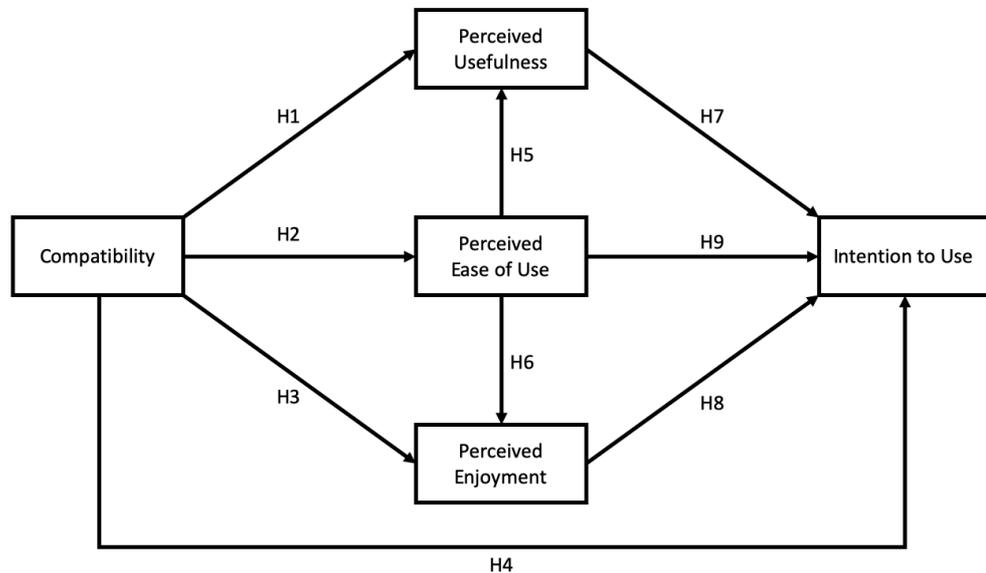
Perceived Ease of use memiliki pengaruh signifikan dengan Intention to Use secara langsung berdasarkan penelitian yang ditemukan oleh Al-Sharafi *et al.*, (2016) dengan topik efek dari persepsi keamanan dan juga kerahasiaan pada kepercayaan konsumen dalam menerima layanan bank dengan menggunakan internet. Selain itu ditemukan juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Mutahar *et al.*, (2017) bahwa *Perceived Ease of Use* dapat memprediksi minat untuk menggunakan sebuah sistem dalam hal ini *mobile banking*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Cheng (2014) juga ditemukan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki hubungan dengan secara langsung dengan *Intention to Use*. Hal tersebut juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2016) yang mendapatkan hasil yang sama bahwa *Perceived Ease of Use* dapat mempengaruhi secara langsung *Intention to use* dalam penelitian terkait dengan minat untuk menggunakan *smartphone*.



Gambar 2 9 Pengaruh *Perceived Enjoyment* dengan *Intention to Use*

2.3. Model penelitian



Gambar 2 10 Model Penelitian

H1 : *Compatibility* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* dalam menggunakan layanan bimbingan belajar Tutee.id.

H2 : *Compatibility* berpengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use* dalam menggunakan layanan bimbingan belajar Tutee.id.

H3 : *Compatibility* berpengaruh positif terhadap *Perceived Enjoyment* dalam menggunakan layanan bimbingan belajar Tutee.id.

H4 : *Compatibility* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* dalam menggunakan layanan bimbingan belajar Tutee.id.

H5 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* dalam menggunakan layanan bimbingan belajar Tutee.id.

H6 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Enjoyment* dalam menggunakan layanan bimbingan belajar Tutee.id.

H7 : *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* dalam menggunakan layanan bimbingan belajar *Tutee.id*.

H8 : *Perceived Enjoyment* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* dalam menggunakan layanan bimbingan belajar *Tutee.id*.

H9 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* dalam menggunakan layanan bimbingan belajar *Tutee.id*.

2.4. Penelitian Terdahlu

No	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
1	(Ismail, 2016)	Jurnal Dinamika Manajemen	<i>Intention to use smartphone through perceived compatibility, perceived usefulness, and perceived ease of use</i>	<i>Compatibility</i> dapat mempengaruhi <i>Perceived Usefulness</i> dari sebuah inovasi.
2	(Mutahar et al., 2017)	<i>Sci.Int.(Lahore)</i>	<i>Examining the effect of subjective norms and compatibility as external variables on tam: mobile banking acceptance in Yemen</i>	<i>Compatibility</i> memiliki hubungan positif sehingga dapat meningkatkan nilai dari <i>Perceived Ease of Use</i> .

3	(Cheng, 2014)	<i>Journal of Systems and Information Technology</i>	<i>Exploring the intention to use mobile learning: the moderating role of personal innovativeness</i>	<i>Compatibility</i> memiliki hubungan signifikan yang positif terhadap <i>Perceived Enjoyment</i> sebagai unsur Intrinsik yang dimiliki pelajar.
4	(Xue, et al., 2012)	<i>international journal of medical informatics 81</i>	<i>An exploratory study of ageing women's perception on access to health informatics via a mobile phone-based intervention</i>	<i>Compatibility</i> memiliki hubungan langsung dengan <i>Intention to use</i> .
5	(Chatzoglou et al., 2009)	<i>Computers & Education</i>	<i>Investigating Greek employees' intention to use web-based training</i>	Seseorang jika menyadari akan kemudahan dalam menggunakan sebuah program akan

				meningkatkan kegunaan yang dirasakan dari program tersebut.
6	(Davis et al., 1992)	<i>Journal of Applied Social Psychology</i>	<i>Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace</i>	Dengan Meningkatkan <i>Ease of Use</i> dalam menggunakan teknologi dapat meningkatkan juga pengaruh pada <i>Enjoyment</i>
7	(Wu & Gao, 2011)	<i>American Journal of Business Education</i>	<i>Applying The Extended Technology Acceptance Model To The Use Of Clickers In Student Learning: Some Evidence From Macroeconomics Classes</i>	<i>Perceived Usefulness</i> memiliki hubungan secara positif terhadap minat untuk menggunakan sebuah teknologi.

8	(Lai & Zainal, 2015)	SHS Web of Conferences	Perceived enjoyment and malaysian consumers' intention to use a single platform e-payment	<i>Perceived Enjoyment</i> memiliki kontribusi terbesar dalam <i>Intention to Use M-Payment Platform.</i>
9	(Mallat <i>et al.</i> , 2009)	Information & Management	The impact of use context on mobile services acceptance: The case of mobile ticketing	<i>Perceived Ease of Use</i> memiliki hubungan secara langsung terhadap <i>Intention to Use</i> pada <i>Mobile Ticketing.</i>

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu